

На правах рукописи

**Верещагин Андрей Александрович**

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ  
В УСЛОВИЯХ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ РЫНКА**

**Специальность 08.00.01 – Экономическая теория**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание учёной степени  
кандидата экономических наук**

Ярославль – 2010

**Работа выполнена в ГОУ ВПО «Ярославский государственный  
университет им. П.Г. Демидова»**

**Научный руководитель -** доктор экономических наук, доцент  
**Сапир Елена Владимировна**

**Официальные  
оппоненты:** доктор экономических наук, профессор  
**Максимов Валентин Леверьевич**

кандидат экономических наук, профессор  
**Карасева Людмила Аршавировна**

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Ярославский государственный  
технический университет»

Защита состоится \_\_\_\_\_ мая 2010 года в \_\_\_\_\_ часов на заседании  
диссертационного совета Д 212.002.06 при Ярославском государственном  
университете им. П.Г.Демидова по адресу: 150000, г. Ярославль, ул.  
Комсомольская, д. 3, ауд. № 307.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке  
Ярославского государственного университета им. П.Г.Демидова.

Автореферат разослан 20 апреля 2010 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
к.э.н., доцент

Курочкина И.П.

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Модернизация экономики России и переход к инновационной модели роста как стратегическая задача национального масштаба не может быть решена без создания полноценного института конкуренции, стимулирующего эффективное экономическое поведение хозяйствующих субъектов и побуждающего каждое предприятие, каждую компанию к экономии ресурсов, инновациям, снижению цен на товары и услуги, росту качества и конкурентоспособности, наиболее полному удовлетворению потребностей индивидов и общества в целом.

Формирование принципов конкурентоспособного экономического развития весьма актуально для России и вместе с тем обладает немалой сложностью. Одна из проблем сложившейся в стране рыночной модели заключается в том, что главный фактор экономического роста – конкуренция производителей товаров и услуг - отягощается противодействующими тенденциями: доминированием отдельных компаний, попытками консервирования монополизма даже в передовых, высокотехнологичных отраслях, которые по самой своей природе должны развиваться в условиях цивилизованной конкурентной борьбы. Решение этой проблемы лежит в плоскости исследования мотивов и особенностей экономического поведения предприятий и факторов их рыночной конкурентоспособности. Поэтому выявление тенденций и закономерностей рыночного поведения хозяйствующих субъектов является актуальной задачей теоретических и практических исследований. Ее решение закладывает основы разработки мер эффективного противодействия монополизму на микро- и макроуровнях.

В то же время доминирующие в отрасли компании, обладая по сравнению с более мелкими и разрозненными участниками большей рыночной властью, способны, во-первых, устанавливать и поддерживать монопольно высокие или монопольно низкие цены, проводить раздел рынков, ограничивать доступ на рынок других субъектов экономической деятельности с целью ограничения или подавления конкуренции. Именно поэтому исследование природы, факторов, особенностей конкуренции участников рынка олигополии должно иметь универсальный характер для всех его участников, а проблема моделирования склонности к сговору доминирующих компаний-олигополистов представляется особенно актуальной. Несовершенство методологии, позволяющей выявлять наличие сговора между основными участниками отраслевого рынка, в конечном счете сказывается на

конкурентности рынка, влияет на более мелких его участников и не позволяет применить государственное регулирование, стимулирующее конкурентную ситуацию.

В связи со всеми изложенными обстоятельствами вопрос системного теоретического изучения рынка олигополии, особенностей конкурентной борьбы компаний-олигополистов и моделирования экономического поведения участников рынка представляется весьма актуальным.

**Состояние научной разработанности проблемы.** Несовершенная конкуренция исследуется отечественными и зарубежными авторами с начала XX века. Основоположники классической экономической теории А. Смит, К. Маркс, Дж. С. Милль впервые раскрыли понятие, виды, механизмы внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции. Дальнейшее развитие теория конкуренции получила в работах Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, П. Хайне, Ф.А. Хайека, Ф. Найта, А. Томпсона, Д. Формби.

Важнейшие элементы экономической теории в области скоординированного поведения предприятий в условиях олигополистической структуры рынка исследовали А. Курно, Э. Чемберлин, Р. Бертран, Г. Штакельберг, Дж. Нэш, Дж. Стиглер, Дж. Нейман, О. Моргенштерн, В. Парето. Характерные черты современной конкурентоспособности и направления стратегического развития предприятий в условиях рыночной экономики представлены в трудах М. Портера. Общие вопросы несовершенной конкуренции представлены в работах Дж. Робинсон, Дж.К. Гэлбрейта, П. Самуэльсона, К. Б. Макконнелла, С. Л. Брю, С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи.

В разработку механизмов конкурентного поведения олигополистов значительный теоретический вклад внесли следующие авторы: Ф.М. Шерер, Д. Росс, Т. Мор, Д.М. Хайман, Э.Дж. Долан, Д. Линдсей, Х.Р. Вэриан, Ж. Тироль, Д. Хэй, Д. Моррис, С.Б. Авдашева, Н.И. Акимов, В.А.Гордеев, С.Г. Долгопятова, Г.Б. Клейнер, В.Л.Максимов, В.А.Петрищев, В.И.Пефтиев, Н.М. Розанова, Ю.Б. Рубин, А.Ю. Юданов, Р. Фатхутдинов.

Специальным исследованием сговора как способа взаимодействия олигополистов занимались З.В. Брагина, С.В. Машков, А.А. Алексеев, И.И. Валов, В.Ю. Черемисин, У. Баумоль, И. Кирцнер и ряд других исследователей.

Диссертационное исследование опирается на выводы по проблемам роли государственного регулирования в социально-экономическом развитии России, сделанные в работах Л.И. Абалкина, О.Т. Богомолова, Р.С. Грин-

берга, Д.С. Львова, В.Л. Макарова, А.Д. Некипелова, Д.А. Петросяна, В.М. Полтеровича, Ф.И. Шамхалова, В.Д. Щетинина. Эти исследования вносят весомый вклад в понимание роли государства в системе регулирования рыночной экономики.

Тем не менее, при обилии научных разработок, посвященных различным аспектам взаимоотношений олигополистов, остаются малоизученными особенности и двойственная природа их конкурентных отношений, а также методы выявления сговора в отношениях между олигополистами.

Таким образом, недостаточная степень научной разработанности проблемы, ее практическая значимость для российской экономики обусловили актуальность темы исследования и определили его цель и задачи.

**Целью работы** является разработка комплекса теоретических положений по определению сущности, структуры и особенностей экономического поведения участников отраслевого рынка олигополии и обоснование на этой основе эффективного механизма выявления и противодействия тенденциям к монополизму и рыночному сговору.

Для достижения поставленной цели в диссертации осуществляется решение следующих основных **задач**:

- раскрыть внутреннюю природу олигополистической структуры как доминирующей рыночной структуры в современной экономике;
- вскрыть двойственный характер олигополистической конкуренции;
- провести анализ антимонопольного регулирования на рынке сотовой связи и предложить пути совершенствования данного механизма для повышения конкурентности олигополистического рынка;
- обобщить направления экономической деятельности, которые могут быть осуществлены крупными фирмами-олигополистами, обладающими определенной рыночной силой, для снижения уровня конкурентности рынка;
- предложить концептуальную основу для разработки универсальной модели оценки склонности к сговору на рынке олигополии;
- провести практическую проверку модели.

**Объектом исследования** является отраслевой рынок олигополии.

**Предмет исследования** — экономические отношения конкуренции и партнерства на рынке олигополии и их реализация в экономическом поведении компаний-олигополистов.

**Методологические, теоретические основы и эмпирическая база исследования.** В качестве методологической базы диссертационной работы использовались общенаучные принципы познания экономических явлений - диалектический, логический, конкретно-исторический, системный подходы, позволившие рассмотреть изучаемые явления и процессы в развитии, выявить противоречия, сопоставить сущностные характеристики и формы их проявления. Применялись и такие приемы, как метод научных абстракций, анализ, синтез, моделирование.

Диссертационное исследование основано на концептуальных методологических и теоретических положениях, представленных в классических и современных работах отечественных и зарубежных ученых. В процессе исследования изучена фундаментальная и специальная литература, содержащая основные положения теорий несовершенной конкуренции, теоретические и методологические основы поведения олигополистических структур.

В процессе исследования наряду с общенаучными приемами и методами использованы конкретно-аналитические приемы исследования (метод балльных оценок, система критериев, количественные методы обобщения материала).

**Область исследования** соответствует п. 1.2. «Микроэкономическая теория: теория конкуренции и антимонопольного регулирования» Паспорта специальности ВАК 08.00.01 – Экономическая теория.

**Информационную базу исследования** составляют российская и зарубежная монографическая литература, публикации в периодической печати, экономико-статистические сборники, ресурсы Интернет.

**Научная новизна исследования** состоит в разработке и научном обосновании природы экономического поведения участников рынка олигополии как единства отношений конкуренции и сотрудничества и выработке на этой основе комплекса мер государственной конкурентной политики и формирования системы развития конкуренции в условиях олигополистической структуры рынка.

В диссертации получены следующие результаты, имеющие признаки научной новизны:

1. Расширено понимание сущности экономического поведения участников рынка олигополии как противоречивого единства отношений конкуренции и сотрудничества, порождаемого новым типом отношений *«конкуренты и партнеры одновременно»*, за счет выявления и характерис-

тики новых элементов современной олигополистической модели поведения, как-то: олигополистическое равновесие; оборонительные коалиции; сговор между прямыми конкурентами; антимонопольное поведение конкурентного ведомства; антикоррупционное поведение. Сделан вывод о том, что олигополистическая конкуренция создает объективную основу формирования сплоченных олигополистических рыночных группировок, основанных не только на мотивах борьбы с конкурентами, но и на устремлениях к сотрудничеству и общей солидарности участников подобных групп.

2. Дополнено представление о признаках олигополистического рынка путем их выделения и группировки по принципу взаимозависимости и причинно-следственных связей; выделено три уровня группировки признаков. Уточнено теоретическое представление об институциональной структуре олигополистического рынка с позиций особенностей экономического поведения хозяйствующих субъектов и выделены соответственно пять групп субъектов: оперирующие фирмы, конкурентные (антимонопольные) ведомства, институты защиты прав хозяйствующих субъектов, институты генерации знаний, международные сети конкуренции.

3. Раскрыто соотношение и проведено разграничение системных категорий олигополистического рынка: конкуренции, конкурентоспособности и конкурентности рынка с позиций характеристики экономического поведения хозяйствующих субъектов, что позволило идентифицировать сущность каждой категории и их место в системе отношений олигополии. Доказана ключевая роль факторов конкурентоспособности в протекании и исходе конкурентной борьбы на рынке и изменении уровня конкурентности рынка, что в свою очередь позволило раскрыть механизм экономического поведения субъектов в условиях олигополии как способ реализации собственной конкурентоспособности и создания конкурентных преимуществ с помощью отношений сотрудничества и солидарных действий.

4. На основе разработки экономической категории «склонность к сговору» предложена теоретическая модель оценки склонности к сговору в условиях олигополистической структуры рынка, системно отражающая экономическое поведение конкурирующих компаний с преобладанием не конкурентного, а кооперационного компонента взаимодействия, что может служить теоретической основой практических действий по совершенствованию антимонопольной (конкурентной) государственной политики путем мониторинга и оценки государственными антимонопольными институ-

тами тенденций картельных сговоров на отраслевых олигополистических рынках.

5. Доказано, что сильная высокотехнологическая составляющая отрасли сотовой связи а именно: скоростное оперирование, гибкость, мобильность, сильная адаптационная способность, внутренне присущие ИТ-компаниям, - влияет на формирование специфической олигополистической структуры рынка, в которой совмещены классическая олигополия, элементы сговора («Большая тройка»), высококонкурентные отношения на региональных рынках, умеренно-конкурентные отношения на национальном рынке (в частности, при выводе нового продукта).

6. Определена сущность и место государственной конкурентной политики в развитии системы конкуренции; выявлены организационно-экономические отношения и инструменты развития системы конкуренции, в том числе: инструменты развития прозрачности, антимонопольная инфраструктура, беспрепятственный доступ антимонопольных ведомств к деловой документации субъектов рынка, механизмы разрешения их споров, отношения с «дополняющими» конкурентные ведомства институтами (бизнес- и экспертные сообщества, профессиональные ассоциации, средства массовой информации, группы защиты прав потребителей, юстиция и др.). Разработаны отвечающие международным принципам стандарты национальной конкурентной политики: приверженность развитию прозрачности; расширение возможностей внешних наблюдателей по мониторингу развития конкурентной политики; укрепление доверия между субъектами через усиление процедур обеспечения конфиденциальности информации; поощрение антикоррупционного поведения; контроль гражданского общества за действиями, ограничивающими сферу отношений конкуренции в бизнесе и несущими угрозу монополизации рынка.

**Теоретическое значение** выполненной работы заключается в развитии и углублении теоретических представлений о природе экономического поведения, механизме и эволюции конкурентных отношений в условиях современной олигополистической структуры. Выводы и материалы диссертации могут послужить основой для дальнейших научных разработок по избранной теме.

**Практическая значимость** исследования определяется возможностью использования полученных в ходе исследования результатов теоретического анализа и научно обоснованных практических рекомендаций в деятель-



ности коммерческих предприятий и организаций, а также антимонопольных органов. Принятие выработанных в ходе исследования рекомендаций позволит повысить эффективность государственного антимонопольного регулирования в России, содействовать развитию института справедливой конкуренции, и как следствие, будет способствовать росту конкурентоспособности российской экономики в целом. Выводы и рекомендации, содержащиеся в работе, могут быть использованы законодательными и исполнительными органами Российской Федерации, региональной и местной властью, некоммерческими организациями при формировании институтов содействия развитию конкуренции.

Модель оценки склонности к сговору может быть использована как методологическая основа при подготовке и принятии отраслевых нормативных актов, содержащих инструменты не только анализа рынков (как это имеет место в настоящее время), но и прогнозирования тенденций рыночного поведения их участников. Материалы исследования могут быть использованы в учебном процессе в вузах в преподавании дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Государственное регулирование рынка».

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Основные положения диссертации обсуждены и получили апробацию в тезисах, статьях (журнал «Вестник Самарского Государственного Университета», 2008, № 4 (42); Евразийский международный научно-аналитический журнал "Проблемы современной экономики", 2008, № 3 (27), журнал «Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010, № 1 (№ 31)) и докладах на научных конференциях (Материалы VI Международной научно-практической конференции молодых ученых «Инновационное развитие экономики: теория и практика». Ч. 2. Ярославль, 2005; Сборник статей V Межвузовской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Молодежь и общество: проблемы и перспективы развития». Ярославль, 2008; Международная научная конференция молодых ученых и аспирантов "Новая Российская экономика: движущие силы и факторы". Ярославль, 2008; Международная научная конференция молодых ученых и аспирантов "Новая Российская экономика: движущие силы и факторы". Ярославль, 2009; Сборник научных трудов вузов России "Проблемы экономики, финансов и управления производством", выпуск 25.

Иваново, 2009; Материалы международной научной конференции молодых ученых и аспирантов «Молодежь и экономика». Ярославль, 2006). Материалы исследования используются в ЯрГУ им. П.Г.Демидова в преподавании учебных дисциплин «Экономическая теория», «Мировая экономика», а также при подготовке курсовых и дипломных работ. По теме диссертации опубликовано 12 печатных работ авторским объемом 3,4 п.л.

**Структура и объём работы.** Структура диссертации определена последовательностью рассмотрения логически взаимосвязанных вопросов. Диссертация состоит из трех глав, разделённых на семь параграфов, итоги исследования подведены в заключении; основной текст изложен на 138 страницах. Список литературы включает 154 наименования.

## **II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Во введении** обосновывается актуальность темы исследования, характеризуются степень разработанности проблемы, цели, задачи, методология исследования, изложены научная новизна, теоретическая и практическая значимость и апробация проведенного исследования.

**Первая глава** «Теоретические аспекты поведения хозяйствующих субъектов на олигополистическом рынке» посвящена исследованию несовершенной конкуренции как конкурентного механизма, имманентно присущего олигополистической структуре рынка, при котором функционируют определенные законы взаимодействия хозяйствующих субъектов. Как установлено в диссертации, модель несовершенной конкуренции в своем зрелом виде сформировалась одновременно с постмонополистической и, в известном смысле, постиндустриальной структурой. В результате исторического преобразования и развития постиндустриального общества понимание несовершенной конкуренции претерпело изменение. В диссертации термин "несовершенная конкуренция" используется для характеристики структур, отличных от рынка совершенной конкуренции. Самым распространенным видом рынка несовершенной конкуренции является рынок олигополии. Олигополия понимается автором как реальная доминирующая рыночная структура, характеризующаяся наличием небольшого количества крупных фирм, находящихся в условиях жесткой конкурентной борьбы, которая требует от компаний определенного стратегического поведения и усилий с целью достижения необходимого экономического результата.

Для понимания природы и особенностей экономического поведения хозяйствующих субъектов в условиях олигополии прежде всего была исследована институциональная структура и связи олигополистического рынка. Под хозяйствующим субъектом в данном исследовании понимается социально-экономическая общность людей, занятых совместным трудом, или формально организованный институт, имеющие экономические потребности и интересы, ведущие целенаправленную хозяйственную, распорядительную или управленческую деятельность и взаимодействующие друг с другом в рамках рыночной структуры. В ходе исследования институциональной структуры олигополистического рынка выделены пять основных групп субъектов: *оперирующие фирмы; конкурентные (антимонопольные) ведомства; институты защиты прав хозяйствующих субъектов; университеты и институты генерации знаний; международные сети конкуренции.*

Разработана категория и формы экономического поведения в условиях олигополии. Экономическое поведение на рынке раскрывается как деятельность организационно-оперативного или стратегического характера по достижению целей хозяйствующего субъекта, основанная на выявлении приоритетных задач развития, сборе и исследовании информации о рынках, конкурентах и их стратегиях, определении, критическом анализе, корректировке и воплощении конкретных способов реализации целей и задач фирмы. Такой регулярно проводимый анализ должен отражать следующие вопросы: разумность основных рыночных действий; адекватность решений; эффективность правовой защиты субъекта; уместность механизма, выработанного субъектом для разрешения хозяйственных споров. Таким образом, хозяйствующий субъект должен обеспечивать непрерывную переоценку, актуализацию и рыночную адаптацию собственного экономического поведения и конкурентной стратегии задачам развития конкуренции и текущей рыночной ситуации.

Серьезную теоретическую проблему экономического поведения хозяйствующих субъектов в структуре олигополии представляет сговор между прямыми конкурентами, который может осуществляться по одному из 4-х сценариев: *либерализация торговли, воссоздание методов коллективного планирования, сговоры при участии в торгах, международные схемы сговора.*

Важный элемент олигополистической модели поведения - антикоррупционное поведение. Под ним понимается добросовестная хозяйственная деятельность субъектов рынка, последовательно отвечающая программам антимонопольного регулирования и национальной конкурентной политике государства. Система конкуренции препятствуют заключению и осуществлению коррумпированных соглашений между представителями органов власти и частного бизнеса следующим образом: фактически механизмы конкуренции мешают исполнению обещаний, данных чиновником о предоставлении незаконной экономической привилегии; уменьшаются преимущества, получаемые от неправомерных взаимовыгодных договоренностей, поскольку создаются препятствия для осуществления обещаний, являющихся основой любой разовой коррумпированной сделки; подрывается характерная для коррумпированной среды стабильность отношений «продавец-покупатель»; повышаются издержки конструирования и исполнения коррумпированных договоренностей.

Доказано, что рыночная инфраструктура оказывает решающее влияние на характер олигополистической конкуренции и исход конкурентной борьбы. Качество конкурентных отношений хозяйствующих субъектов на рынке зависит не от того, насколько хорош свод законов о конкуренции, а от институтов, посредством которых осуществляется их исполнение. Установлено, что в условиях олигополии на формирование экономического поведения хозяйствующих субъектов особенно влияют организационно-экономический механизм, инструменты и структуры развития системы конкуренции, в том числе: *инструменты развития прозрачности, механизмы разрешения споров, отношения с «дополняющими» и внесистемными институтами.*

Исходя из характеристики олигополии, ее хозяйствующих субъектов и особенностей их экономического поведения, представленных выше, выделены и сгруппированы по трем уровням признаки олигополистического рынка по принципу их взаимозависимости и причинно-следственных связей (рис. 1). Рассмотренные характеристики олигополии позволяют объяснить распространенность этой структуры рынка, ее доминирующее положение в современной экономике и расширить трактовку ее признаков.

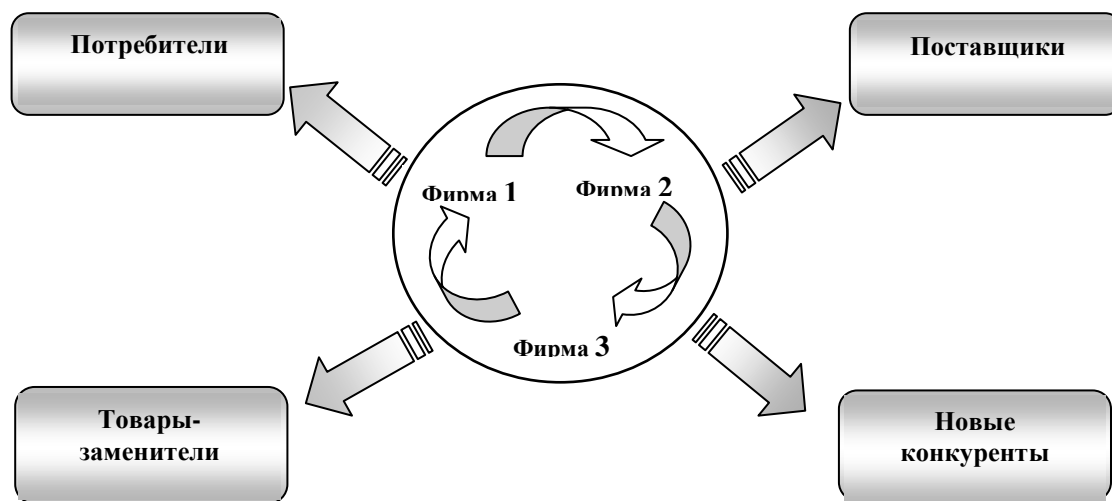


**Рис. 1. Группировка признаков олигополии**

Ключевыми категориями в системе экономического поведения субъектов рынка олигополии являются, по мнению диссертанта, конкуренция, конкурентность и конкурентоспособность. *Конкуренция* представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов с использованием различных методов борьбы для достижения собственных экономических целей, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения рынка. *Конкурентность* рынка касается способов поведения рыночных структур и определяется теми границами, в рамках которых отдельные фирмы способны влиять на рынок.

Конкурентная ситуация на рынке развивается постоянно, поэтому у фирмы существует потребность в отслеживании конкурентных изменений систематически. В этом контексте переосмысливается теория пяти конкурентных сил М. Портера. На наш взгляд, эти силы могут быть оценены совсем под другим углом. Задача компании заключается в минимизации воздействия этих сил на себя и максимальном перенаправлении их влияния на своих конкурентов, тем самым компании могут оказывать воздействие на

уровень конкурентности рынка (см. рис. 2). В результате исследования систематизированы основные факторы влияния экономического поведения на конкурентность рынка (см. табл. 1).



**Рис. 2. Воздействие крупных компаний на пять сил конкуренции**

В работе доказано, что в основе конкурентного поведения рыночного субъекта, т.е. его способности управлять пятью конкурентными силами и влиять на уровень конкурентности рынка, лежит конкурентоспособность фирмы. *Конкурентоспособность* фирмы - это ее способность эффективно отражать экономические, технологические и иные вызовы и обеспечивать неуклонный рост, развитие и экономическое благополучие в рыночной среде; под конкурентоспособностью в самом общем смысле понимается комплекс факторов и мер, определяющих уровень производительности труда на предприятии. Определение факторов конкурентоспособности – вопрос чрезвычайно сложный и дискуссионный. Как установило исследование, конкурентоспособность определяется действием макроэкономических и микроэкономических факторов. Первые действуют косвенно, влияя на эффективность субъектов хозяйствования: существуют две широкие области макроэкономической конкурентоспособности: макроэкономическая политика и социальная инфраструктура и политические институты. Вторые действуют непосредственно на уровне фирмы и реализуются в росте ее производительности.

**Формы экономического поведения хозяйствующих субъектов и их влияние на конкурентные силы рынка**

Конкурентная сила	Действия, мероприятия, меры по снижению уровня конкурентности рынка
<i>Поставщики</i>	<input type="checkbox"/> Подписание с отдельными поставщиками эксклюзивных контрактов на поставку товаров и услуг. <input type="checkbox"/> Ограничение способности некоторых поставщиков предоставлять товары или услуги. <input type="checkbox"/> Подписание контрактов, обязывающих поставщиков отказаться от работы с конкурентами конкретной компании за определенное вознаграждение.
<i>Конкуренты</i>	<input type="checkbox"/> Проведение недобросовестной рекламы и рекламы, вводящей в заблуждение потребителей. <input type="checkbox"/> Саботаж, шпионаж и прочие антиконкурентные действия. <input type="checkbox"/> Соглашение или сговор с рядом конкурентов с целью зафиксировать цены на определенном уровне за счет ограничения предложения товара или услуг. <input type="checkbox"/> Принуждение соперников увеличивать свои затраты.
<i>Ограничительные барьеры</i>	<input type="checkbox"/> Укрепление сильного бренда, высокий уровень маркетинга и рекламы с целью поддержания постоянного интереса потребителей и укрепления имиджа компании в сознании клиентов; <input type="checkbox"/> Договоренности с административными органами об усложнении и увеличении длительности процедур по лицензированию, получению разрешений и пр. <input type="checkbox"/> Минимально эффективный объем выпуска – такой объем выпуска, при котором положительная отдача от масштаба сменяется постоянной или убывающей, фирма достигает минимального уровня долгосрочных средних издержек.
<i>Потребители</i>	<input type="checkbox"/> Заключение государственных контрактов на поставку товаров и услуг на определенные объемы по определенным ценам на определенные сроки. <input type="checkbox"/> Выборочное ценообразование для отдельных покупателей либо их групп. <input type="checkbox"/> Заключение с покупателями долгосрочных контрактов, при досрочном прерывании которых клиенты должны будут произвести определенные компенсации. <input type="checkbox"/> Влияние на «эмоциональные», а не рациональные факторы потребительского выбора.
<i>Товары-заменители</i>	<input type="checkbox"/> Наступление на рынок товаров-заменителей с целью отвлечения последних от идеи внедрения на рынок компании. <input type="checkbox"/> Повышение издержек переключения из отрасли в отрасль.

М Портер выделяет три широкие области микроэкономической конкурентоспособности: операционную и стратегическую зрелость компаний; качество бизнес-среды и состояние кластерного развития. Нам

представляется, что этот анализ следует дополнить факторами стратегического развития компаний, и тогда получится целостная картина конкурентоспособности и всех ее составляющих, характеризующих также и экономическое поведение хозяйствующего субъекта (см. рис. 3).



**Рис. 3. Факторы конкурентоспособности фирмы.**

Таким образом, можно предположить, что в силу ключевой роли факторов конкурентоспособности в протекании и исходе конкурентной борьбы на рынке, экономическое поведение субъектов представляет способ приобретения ими, повышения и управления собственной конкурентоспособностью с целью достижения максимального экономического результата.

Во **второй главе** диссертации «Концептуальные основы сотрудничества, склонности к сговору и антимонопольного регулирования на олигополистическом рынке» (в разд. 2.1.) исследована эволюция теоретических представлений о конкуренции как концептуальное отражение развития и преемственности различных рыночных моделей поведения



олигополистов<sup>1</sup>. Итогом стало появление новых подходов к трактовке категории конкуренции, совмещающих ранее несовместимые стороны данной формы экономических отношений участников рынка. Исключительное значение эволюция теории конкуренции имеет для понимания современного состояния рыночной среды олигополии и взаимодействия ее участников.

В диссертации доказано, что любая олигополистическая фирма комбинирует действия по укреплению собственных позиций с действиями по ослаблению своих противников. При этом теоретически возможна чистая агрессивная модель, но если фирма-агрессор получит конкурентные преимущества, то они могут надолго ущемить интересы других участников рынка, которые во избежание подобного развития событий будут вынуждены объединиться для проведения общей оборонительной стратегии. Фирмы-олигополисты отчетливо понимают, что агрессивные действия будут неизбежно вызывать ответные оборонительные действия, что будет только усиливать деструктивную конкуренцию. Чтобы избежать ее, фирмы будут стремиться не проводить открытых агрессивных политик и удерживать олигополистическое равновесие, то есть такое положение дел, когда все соперники обладают примерно равными конкурентными возможностями, и нет достаточных оснований у любого из них считать, что он сможет легко укрепить свое рыночное положение за счет других. Автор критикует положение о том, что олигополистической рыночной структуре отвечают, главным образом, оборонительные союзы, организованные по принципу минимизации рисков. И доказывает, что агрессивные и оборонительные стратегии в чистом виде никогда не присутствуют на рынке. Только в идеальной модели. Делается вывод, что наступательные и оборонительные действия и соглашения фирм не могут быть отделены друг от друга и рассматриваться изолированно, но должны рассматриваться в контексте неизбежности общего коалиционного поведения олигополистических фирм. И любая оборонительная коалиция рано или поздно перерастает в наступательную, готовую подавить более мелких участников рынка.

---

<sup>1</sup> Теория предпринимательских экосистем Дж. Мура; теория «соконкуренции» А.М. Бранденбургера и Б.Дж. Нейлбаффа; теория «интеллектуального лидерства» Г. Хэмела и К.К. Прахалада; теория кластерного поведения Ф. Никебокера; теория «распределения угроз» Е.М.Грэхэма.

Таким образом, доказав тезис о двойственной природе олигополистической конкуренции, автор формулирует собственное понимание конкуренции как противоречивого единства противоположностей: борьбы и сотрудничества одних и тех же рыночных субъектов. В условиях высокой волатильности рынка, чрезвычайной скорости и высокой стоимости технологических изменений и инноваций, цели конкурентоспособности диктуют совершенно новые, гибкие и адаптивные формы отношений участников рынка: появляется новый тип отношений: «конкуренты и партнеры одновременно». В диссертации сделан вывод об объективной основе формирования сплоченных олигополистических отраслевых рыночных группировок, основанных не только на мотивах борьбы с конкурентами, но и на сотрудничестве, общих устремлениях и общей солидарности участников подобных групп.

Особенности экономического поведения компаний-олигополистов, связанных сильной взаимной зависимостью, детерминируют для участников такой рыночной структуры тенденцию общих действий. Речь идет о совместных, содружественных или единых стратегиях, которые позволяют быстрее достичь и удерживать олигополистические прибыли, которые, естественно, меньше монопольно высоких, но все же выше, чем получаемые в состоянии конкурентного равновесия. Гипотезу о присущем рынку олигополии стремлении или склонности к явному или тайному сговору нельзя считать результатом развития экономической теории только XX в. Многие исследователи, так или иначе, констатировали факты предрасположенности (стремления, склонности) к сговору компаний на рынке. Но, несмотря на значительно развитую систему определений понятия «сговор», как экономической категории, в научной литературе практически отсутствует четкое определение самого явления и процесса предрасположенности к сговору.

Исходя из значения анализируемого понятия и учитывая особенности экономического поведения субъектов, в диссертации предлагается следующее определение понятия «склонность к сговору»: «Склонность к сговору» как институт рынка олигополии характеризует объективные предпосылки и субъективную готовность фирм к образованию добровольных договорных коммерческих объединений, как правило, неформального типа. Как экономическая категория «склонность к сговору» выражает

экономические отношения компаний-олигополистов с преобладанием не конкурентного, а кооперационного компонента взаимодействия.

Проанализировав и изучив предлагаемые в литературе методологические подходы, автор выделил и обобщил факторы, которые оказывают наиболее сильное влияние на склонность фирм к сговору и уровень и динамику которых при необходимости возможно оценить. Обобщены следующие качественно-количественные факторы, которые являются определяющими для построения модели поведения различных участников олигополистического рынка в ситуации корпоративного сговора: *количество фирм на рынке, количество крупных фирм на рынке, общая доля рынка крупных фирм, барьеры для входа на рынок, тип продукции на рынке, жизненный цикл отрасли, использование одной дилерской сети, совместные проекты.*

Максимальное количество баллов с учетом присвоенных интервалов значений, которое можно набрать, составляет 41. Оно свидетельствует о максимально высокой вероятности сговора. Минимальное – 8. Представляется возможной следующая интерпретация результатов при оценке склонности к сговору на рынке любой олигополистической отрасли.

**8 – 15 баллов.** Сговор менее всего вероятен.

**16 – 24 балла.** Существует некоторая вероятность сговора, но для его реализации необходимы определенные условия.

**25 – 33 балла.** Существует весьма высокая вероятность сговора крупных фирм данной отрасли.

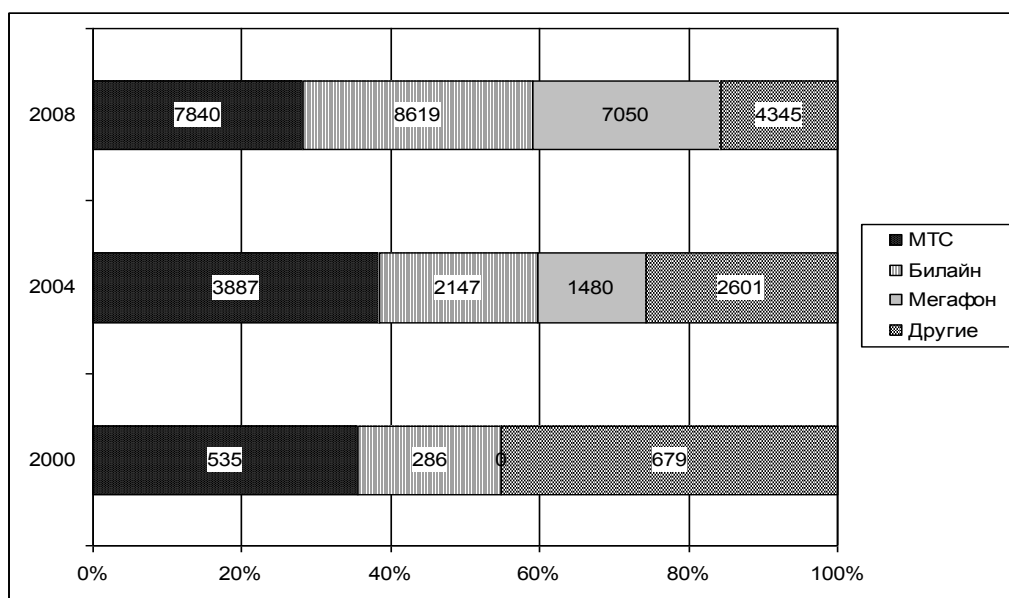
**34 – 41 балл.** Вероятность сговора на данном рынке исключительно высока и скорее всего будет реализована.

Предложенная теоретическая модель оценки склонности к сговору на рынке олигополистической отрасли может быть использована специалистами, целью работы которых является развитие конкурентной рыночной среды в национальной экономике России, например, антимонопольной службы. Модель также может быть использована участниками рынка для построения своей оптимальной стратегии с целью оценки вероятности развития тех или иных событий и прогнозирования их результатов. Разработанная концептуальная модель позволяет антимонопольным органам посредством объективной количественно-качественной информации проводить оценку склонности к сговору предприятий отрасли на рынке, а также дает

представление о характере нарушения ими антимонопольного законодательства.

**Третья глава** «Механизм поведения субъектов олигополистического рынка (на примере рынка сотовой связи)» посвящена исследованию олигополистической структуры отраслевого рынка сотовой связи России. Выявлены следующие характерные тенденции данного рынка.

Первое. Исследование подтвердило, что сформировалась устойчивая олигополистическая структура, охватывающая трех основных операторов: МТС, Билайн и Мегафон, так называемая «Большая тройка», с одной стороны, сильно мотивированная к групповой монополизации рынка, а с другой – «разрываемая» высокой внутренней конкуренцией, когда каждая из компаний претендует на абсолютное лидерство (см. рис. 4).

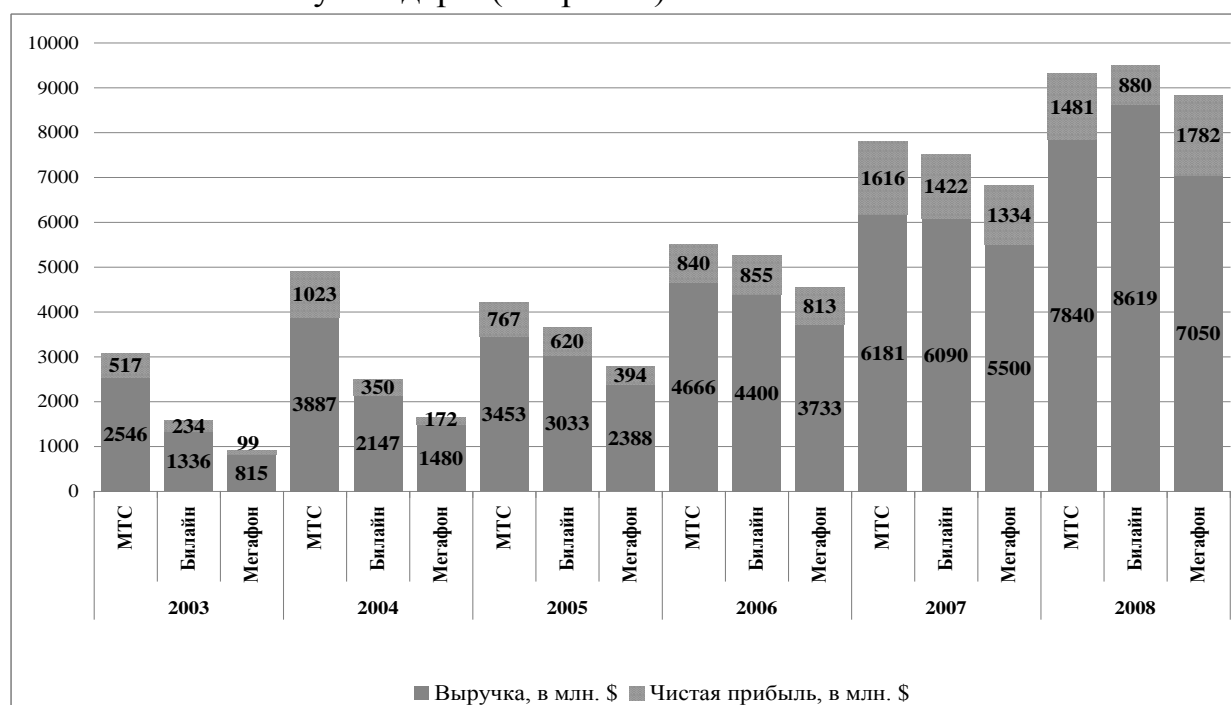


**Рис. 4. Доля «Большой тройки» в общих доходах операторов связи (млн. долл.)**

Второе. Олигополисты «Большой тройки» обладают высоким уровнем рыночной власти, могут формировать развитие рынка в ту или иную сторону. Они обладают не просто рыночной силой, но и особой устойчивостью и запасом прочности в конкурентной борьбе.

Третье. В диссертации выявлен еще один феномен зрелой олигополии, а именно неоднородность конкурентности. Суть этого феномена в том, что на одном и том же отраслевом рынке в отдельные критические моменты, в моменты резкого нарушения равновесия или в моменты появления сильного внешнего воздействия разные участники рынка имеют разный диапазон

ответа. То, что могут позволить себе сильные олигополисты, не могут позволить слабые аутсайдеры (см. рис. 5).



**Рис. 5. Динамика выручки и чистой прибыли «Большой тройки» с 2003 по 2008 гг. (млн. долл. США, без НДС)**

Рынок услуг сотовой связи находится на стадии насыщения и характеризуется высоким уровнем проникновения сотовой связи в нашей стране. Отраслевой рынок является высоконцентрированным. Среди определенных действий крупных участников-олигополистов, направленных на создание барьеров для входа в отрасль, можно выделить следующие: высокий уровень развития неценовой конкуренции (имиджевая реклама, сильный маркетинг, программы лояльности); аренда выгодных с технической точки зрения мест (естественные высоты и строения) на условиях, препятствующих размещению там же оборудования сети других операторов; заключение договоров на аренду по завышенным для региона ценам, тем самым создавая невыгодные для местных операторов условия на аренду; некоторые другие действия, включая формирование высокого уровня вознаграждения для специалистов в регионах. В то же время эти барьеры не являются абсолютно непреодолимыми, и проникновение на рынок отрасли новых крупных игроков теоретически исключить нельзя.

Исходя из проведенного анализа, в диссертации сделан вывод о том, что рынок сотовой связи является отраслевым рынком с ограниченной конкуренцией, степень развития которой определяется олигопольным

положением «Большой тройки», высокой степенью концентрации и развитым уровнем рыночной власти и силы.

В диссертации проведено моделирование поведения участников олигополистической структуры российского рынка сотовой связи и оценки вероятности сговора на основе разработанной теоретической модели. Результаты построения модели представлены в табл. 2. Исходя из итоговой суммы (32 балла), согласно разработанной ранее теоретической модели, существует высокая вероятность сговора крупных фирм данной отрасли. Рыночная расстановка сил такова, что данная модель поведения (тенденция к сговору) является оптимальной для получения максимальной прибыли. Значение суммы балльных оценок приближается к верхней границе значений, что означает почти максимальную вероятность сговора. В связи с этим особое значение приобретает государственное антимонопольное регулирование с целью устранения возможных последствий действий крупных компаний, для поддержания определенного уровня конкурентной среды в отрасли сотовой связи. Исследование привело к выводу, что для этого рынка наиболее актуальными являются следующие направления государственного антимонопольного регулирования.

Таблица 2

**Факторы, влияющие на склонность к сговору на рынке сотовой связи**

№	Фактор	Баллы
1	Количество фирм на рынке	3
2	Количество крупных фирм на рынке	4
3	Общая доля рынка крупных фирм	4
4	Барьеры для входа на рынок	7
5	Тип продукции	5
6	Жизненный цикл отрасли	3
7	Использование одной дилерской сети	5
8	Совместные проекты	1
	<b>Итого:</b>	<b>32</b>

Первое. Разработка и эффективная реализация *институтов и инструментов законодательства* о недобросовестной рекламе, рекламе, вводящей в заблуждение потребителей мобильной связи, и о рекламе, принижающей конкурентов.

Второе. В связи со сложностями процедур получения лицензий на различные территории, доступа к частотному ресурсу через во избежание коррупции антимонопольное регулирование должно быть направлено на *контроль над созданием дискриминирующих или благоприятных условий для*

*одних в ущерб другим.* Это не только усилит антикоррупционную направленность антимонопольного ведомства (ФАС), но и будет формировать систему поддержки антикоррупционного поведения добросовестных операторов и представителей власти.

Третье. Требуется усиление мер, противодействующих *монополизации отрасли, включая либерализацию рынков, гибкое маневрирование таможенным режимом, улучшение инвестиционного климата для зарубежных инвесторов, поддержку малого отечественного бизнеса.*

Четвертое. *Предотвращение антиконкурентных слияний фирм и чрезмерной концентрации.* В то же время, государственное антимонопольное регулирование способно нанести вред национальной экономике, если оно без учета экономических взаимосвязей и скрупулезной и всесторонней оценки последствий запрещает укрупнение фирм, что не позволяет оптимально сочетать развитие системы конкуренции с преимуществами крупного производства.

Пятое. Необходима *единая национальная конкурентная политика и общегосударственная система развития конкуренции.* В фундаменте развития конкуренции лежат институты, обеспечивающие разнообразные механизмы ее реализации и институциональные основы эффективного развития конкуренции.

*Во-первых,* России следует определиться с выбором модели конкурентной политики: поощрительной и протекционистской<sup>2</sup>.

*Во-вторых,* в России следует усилить систему защиты хозяйствующих субъектов от негативных конкурентных явлений, в том числе: от действий государственных органов, ограничивающих конкуренцию, государственного фаворитизма, антиконкурентного вмешательства органов государственной власти и местного самоуправления в функционирование рынков, создания преимущественных условий для ведения бизнеса отдельными субъектами хозяйственной деятельности, создания административных барьеров входа на рынки, необоснованного препятствования деятельности хозяйствующих субъектов, избирательного предоставления льгот и преимуществ отдельным

---

<sup>2</sup> Поощрительная модель характерна для стран, основной целью которых является наращивание производства товаров, выход и экспансия на новые внешние рынки, рост доходов населения за счет развития его предпринимательской активности. Протекционистская модель присутствует в практике постиндустриальных стран, которые стремятся поддерживать высокие стандарты потребления и социального обеспечения основной массы населения.

хозяйствующим субъектам. Для этого необходима качественная модернизация административной инфраструктуры ФАС на следующих принципах: приверженность развитию прозрачности: например, установление требования, что вносимые в конкурентную политику изменения должны быть оперативно преданы широкой гласности и подлежат обсуждению до их ввода в действие; расширение возможностей внешних наблюдателей по мониторингу развития конкурентной политики; укрепление доверия к ФАС через усиление процедур обеспечения конфиденциальности информации, содержащейся в деловой документации или касающейся урегулирования споров; независимость ФАС от политического влияния.

*В-третьих*, необходима выработка стандартов национальной конкурентной политики, отвечающих международным принципам обеспечения конкурентной среды на товарных рынках, включая унификацию антимонопольного законодательства и конкурентной политики РФ с государствами, с которыми мы входим в Таможенный союз и Евразийское экономическое пространство и завершение работы по присоединению России к ВТО и закрепление ее основных принципов рыночной конкуренции в отечественных правовых актах.

*В-четвертых*, представляется целесообразным включить в число процессов, подлежащих обязательному мониторингованию ФАС, оценку тенденций картельных сговоров на отраслевых рынках. На сегодняшний день основной реально действующий руководящий методологический и методический документ в этой области «Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке»<sup>3</sup>, утвержденный ФАС России в 2006 г., никак не оценивает заинтересованность, готовность к вступлению в сговор, либо степень вероятности такого сговора крупнейших хозяйствующих субъектов, оперирующих на конкретном отраслевом рынке. А именно такой анализ в динамике необходим антимонопольным структурам, так как является основой для эффективного предупреждения развития разрушительных монополистических процессов на рынках. Разработанная в диссертации теоретическая модель может быть использована в целях проведения такого анализа.

Считаем, что предложенные выше меры по стимулированию роста конкуренции на отраслевом рынке сотовой связи будут способствовать

---

<sup>3</sup> См.: Приказ ФАС РФ от 25.04.2006 N 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».



повышению конкурентоспособности отрасли и российской экономики в целом. Адресная конкурентная политика государства, направленная на реальную поддержку бизнеса и рыночных конкурентных механизмов, будет способствовать поддержанию макроэкономической стабильности в стране и одновременно стимулировать экономический рост за счет укрепления и развития важнейшего института рыночной экономики – цивилизованной конкуренции.

В заключении диссертации приведены основные теоретические выводы и практические рекомендации, сделанные в рамках данного исследования.

### **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА**

*Публикации в изданиях, входящих в Перечень периодических научных изданий, рекомендуемых ВАК*

1. *Верецагин А.А.* Концептуальные основы оценки склонности к сговору на рынке олигополии // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. - 2010. - № 1 (33). 0,5 п.л.
2. *Верецагин А.А.* Теоретические основы рынка олигополий // Вестник Самарского государственного экономического университета. - 2008. - № 4 (42). 0,5 п.л.
3. *Верецагин А.А.* Антимонопольная политика как метод регулирования несовершенной конкуренции на рынке сотовой связи // Проблемы современной экономики. - 2008. - № 3(27). 0,3 п.л.

*Прочие публикации по теме диссертационного исследования*

4. *Верецагин А.А.* Институты партнерства и сотрудничества конкурентов на отраслевом рынке олигополии // Новая российская экономика: движущие силы и факторы: Материалы Международной научно-практической конференции молодых ученых и аспирантов. Ярославль, 4 декабря 2009 г. – Ярославль: ЯрГУ, 2010. 0,3 п.л.
5. *Верецагин А.А.* Проблемы теоретического исследования рыночного поведения олигополистов // Новая российская экономика: движущие силы и факторы: Материалы Международной научно-практической конференции молодых ученых и аспирантов. Ярославль, 4 декабря 2009 г. – Ярославль: ЯрГУ, 2010. 0,3 п.л.
6. *Верецагин А.А., Данилов В., Овсянникова О.* Куда движется недвижимость? Прогнозы 2010. // Губернский город. – Ярославль. декабрь-январь, 2009-2010. 0,1 п.л./ 0,3 п.л.
7. *Верецагин А.А.* Моделирование поведения олигополистов на рынке сотовой связи // Международная научная конференция молодых ученых и аспирантов "Новая российская экономика: движущие силы и факторы". – Ярославль: ЯрГУ, 2009. 0,2 п.л.

8. *Верецагин А.А.* Оценка склонности к сговору на рынке сотовой связи. // Сборник научных трудов вузов России "Проблемы экономики, финансов и управления производством", Вып. 25. – Иваново: ИГХТУ, 2009. 0,3 п.л.
9. *Верецагин А.А., Парфенова Л.Б.* Оценка склонности к сговору на олигополистическом рынке // Материалы научной сессии X международной научно-практической конференции 5-6 мая 2008 г. Кострома: КГУ им. Н.А.Некрасова, 2008. 0,2 п.л./0,4 п.л.
10. *Верецагин А.А.* Влияние на конкурентность рынка олигополии его участников. // Сборник статей V Межвузовской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Молодежь и общество: проблемы и перспективы развития». – Ярославль: ЯФ МФЮА, 2008. 0,2 п.л.
11. *Верецагин А.А.* Таможенно-тарифное регулирование в условиях рыночной экономики // Молодежь и экономика: Материалы международной научной конференции молодых ученых и аспирантов. – Ярославль: ЯВФЭИ, 2006. 0,1 п.л.
12. *Верецагин А.А.* Государственное регулирование Внешне-Экономической деятельности // Инновационное развитие экономики: теория и практика: Материалы VI Международной научно-практической конференции молодых ученых. Ч. 2. – Ярославль: ЯрГУ, 2005. 0,3 п.л.

Подписано в печать 12.04.10. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бум. офсетная. Гарнитура "Times NewRoman".  
Усл. печ. л. 1,63. Уч.-изд. л. 1,0.  
Тираж 100 экз. Заказ .

Оригинал-макет подготовлен в редакционно-издательском отделе  
Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова.  
Отпечатано на ризографе.  
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.  
150000, Ярославль, ул. Советская, 14.

